

**PENGARUH *GREEN AWARENESS PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPATU NIKE MELALUI *BRAND IMAGE* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

**Imron Fathul Huda  
201510160311028**

**PRODI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
APRIL 2019**

**PENGARUH *GREEN AWARENESS PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPATU NIKE MELALUI *BRAND IMAGE* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

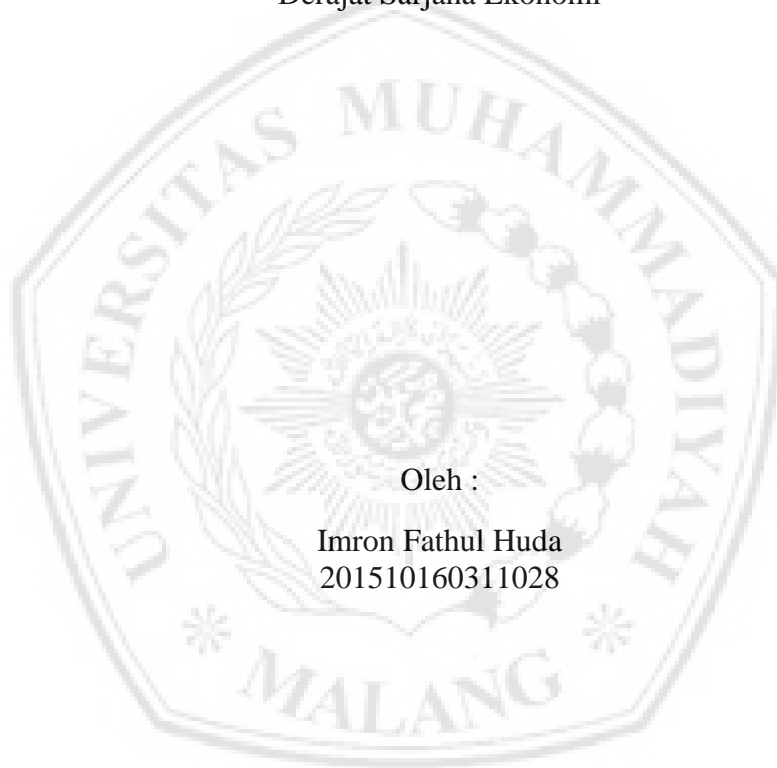
**Imron Fathul Huda**  
**201510160311028**

**PRODI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
APRIL 2019**

**PENGARUH *GREEN AWARENESS PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPATU NIKE MELALUI *BRAND IMAGE* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

Imron Fathul Huda  
201510160311028

**PRODI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2019**

**SKRIPSI**

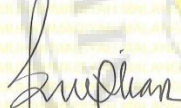
**PENGARUH GREEN AWARENESS PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPATU NIKE MELALUI BRAND IMAGE  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Oleh :

**Imron Fathul Huda**  
201510160311028

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 18 Mei 2019

Pembimbing I,



**Dr. Fien Zulfikarijah, M.M.**

Pembimbing II,



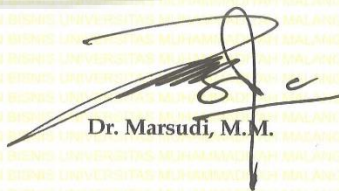
**Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



**Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

Ketua Jurusan,



**Dr. Marsudi, M.M.**



## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH GREEN AWARENESS PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Imron Fathul Huda

NIM : 201510160311028

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 18 Mei 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.


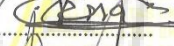


Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Penguji II : Dra. Erna Retna Rahadjeng, M.M.

Penguji III : Drs. Dicky Wisnu UR., M.M.

Penguji IV : Dr. Fien Zulfikarijah, M.M.

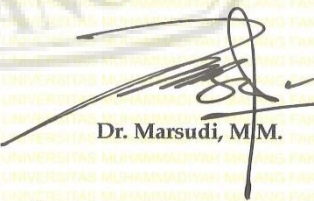
1.   
2.   
3.   
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Marsudi, M.M.

## PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Imroni Fathul Huda

NIM : 201510160311028

Program Studi : Manajemen

Surel : [imronmycary08@gmail.com](mailto:imronmycary08@gmail.com)

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar – benar hasil karya sendiri, baik sebagai maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarims) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (refrensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya, dan apabila kemudia hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi – sanksi lainnya yang sesuai degan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Malang, 30 Juli 2019

Yang Membuat Pernyataan,



**Imron Fathul Huda**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Manajemen – Akuntansi – Ilmu Ekonomi Pembangunan – D-III Keuangan dan Perbankan  
(Terakreditasi)  
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Telp. 0341-464318, Psw. 211-215, Fax 0341-460435  
Website: <http://feb.umm.ac.id> Email: [feb@umm.ac.id](mailto:feb@umm.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Panitia Ujian Tugas Akhir/Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari / Tanggal : **Sabtu, 18 Mei 2019**

Tempat : **FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : **Imron Fathul Huda**

No. Induk : **201510160311028**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH GREEN AWARENESS PRODUCT  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE  
MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING**

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No.	Nama Dosen Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.	80,5	
2.	Dra. Erna Retna Rahadjeng, M.M.	80,5	
3.	Drs. Dicky Wisnu Usdek Riyanto, M.M.	81	
4.	Dr. Fien Zulfikarijah, M.M.	82	

Nilai rata-rata : **81/A**

Dinyatakan : **Lulus / ~~Tidak Lulus~~ \*)**

Kategori : **Layak / Tidak Layak \*)**

Untuk dipublikasikan dan dimuat Web UMM

Mengetahui

a.n. Dekan FEB-UMM,

Wakil Dekan I,

**Dr. Widayat, M.M.**

Malang, **18 Mei 2019**

Ketua Tim Penguji,

**Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.**

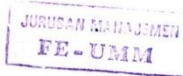
Ket: \*) Coret yang tidak perlu



No.	Perubahan-Perubahan yang Harus Dilakukan	Halaman	Keterangan
1	Indikator variabel		
2	latar belakang masalah - fokus pt peneliti		
3	daftar pustaka + isi - di revisi		
4	sasaran / sumber		
5	t atau z ?		
6	tujuan & manfaat peneliti		
7	Teori kepustakaan		
8	bers pengunaan air		
9	sistematika penulisan		
10	gambaran ttg produk & obn buku seperti Mike.		
11	Interpretasi uji hipotesis ke 4.		
12	penyelsan tabel	8	



# KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI


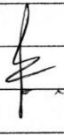
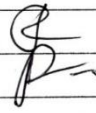







NAMA : Imron Fathel Huda  
 NIM/IPK/Konsent : 2019106310048 / 3.61 / Pemahaman  
 Tgl. SK Bimbingan : 01- Oktober 2018  
 Alamat/Tip/HP : RCT Blok B no 7

Judul Skripsi

Pengaruh Green awareness Produkt  
terhadap keputusan pembelian  
Segala Mita melalui Brand image  
Salah satu variabel Intervensi

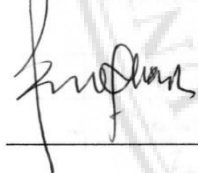
Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
18-10-2018	buat mappi jurnal & teori		
19-10-2018	tema dan objek		
25-10-2018	latar belakang		
31-10-2018	mencari literatur		
31-10-2018	Literatur, tentang teori		
28-11-2018	Revisi: Rumusan, Tabulasi, Teori, Teknik.		
29/11/18	Revisi: konsistensi istilah, konsistensi penulisan, Mula-hypothesis, Metapen.		
29/11/18	Revisi indikator		
29/11/18	Revisi: Aree Tempon		
29/11/19	Revisi: Quasitimer → konsistensi		
	Indikator & penambahan isi		
	katu		

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
08/01 2019	Green awareness product per banyak 33 dan 4 diperjelas		
12/2/19	Are customer		
11/11	On On-		
23/02/20	Lanjutkan		
27/7/17	Russ		
	- tentukan publikasi		
	beres sampling atau		
	simpul (dit. 1..		
	- mohon.		
	-		
29/3/20	Revisi - Metapen		
	- Latar Belakang		
	(Fenomena diperkuat)		
	- Tambahkan Teori.		
06/11/19	Contoh Signifikansi		
	pasral & smute		
	gunakan hasil		
	Plumovt uji sig.		
	- Sapaan Etssthe		
	butuh informasinya		
	-		
11/4/19	Revisi		
	→ konsistensi		
	→ Perbaikan pada Rumus		
	dan masalah ke-4		
	→ Pendekatan tidak boleh		
	angka		

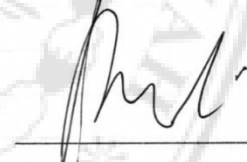
Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
	nee		
18/4/19	on Be Wev-		
25/4/19	revisi on Be V		
25/4/19	nee upias stepin		

Malang, 29 - April - 2019.

Pembimbing I



Pembimbing II





**PENGARUH *GREEN AWARENESS PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPATU NIKE MELALUI *BRAND IMAGE* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

Imron Fathul huda  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang  
[imronmycary08@gmail.com](mailto:imronmycary08@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *green awareness product* dengan melihat *brand image* sebagai variabel mediasi terhadap keputusan pembelian produk sepatu Nike. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *aksidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah analisis jalur. Hasil analisis menunjukkan bahwa *brand image* tidak memediasi antara variabel *green awareness product* terhadap keputusan pembelian sepatu Nike. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dan sobel. Hasil uji menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh signifikan antara *green awareness product* terhadap keputusan pembelian, 2) terdapat pengaruh signifikan antara *green awareness product* terhadap *brand image*, 3) terdapat pengaruh signifikan antara *brand image* terhadap keputusan pembelian, dan 4) tidak terjadi mediasi antara *green awareness product* terhadap keputusan pembelian melalui *brand image* sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci : *Brand image*, *green awareness product*, , keputusan pembelian, analisis jalur

***THE EFFECT OF GREEN AWARENESS PRODUCT ON PURCHASE  
DECISION OF NIKE SHOES THROUGH BRAND IMAGE AS  
INTERVENING VARIABLE***

Imron Fathul huda  
Management Study Program of the Faculty of Economic and Business  
Muhammadiyah University of Malang  
Tlogomas No. 246 Malang, East Java  
[imronmycary@gmail.com](mailto:imronmycary@gmail.com)

***ABSTRACT***

*This This study aims to determine the effect of the green awareness product variable by looking at brand image as a mediating variable on purchasing decisions for Nike shoes products. This type of research is quantitative research. The sample in this study were 100 respondents. The sampling technique uses accidental sampling. The technique of collecting data using a questionnaire. The analytical tool used is path analysis. The results of the analysis show that the brand image does not mediate between the variable green awareness product on the decision to purchase Nike shoes. Hypothesis testing using t test and sobel. The test results show that 1) there is a significant influence to green awareness product on purchasing decisions, 2) there is a significant effect to green awareness product of brand image, 3) there is a significant influence to brand image on purchasing decisions, and 4) there is no mediation to green product awareness of purchasing decisions through brand image as a mediating variable.*

*Keywords: Brand image, green product awareness, brand image, and purchasing decision*



## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahNya, berikut sholawat serta salam kita junjungkan kepada Nabi Muhammas SAW. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Green Awareness Product* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Melalui *Brand Image* Sebagai Variabel *Intervening*”**. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai derajat sarjana ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan, skripsi ini tidak jauh dari keterbatasan dan kekurangan, namun berkat bantuan banyak pihak termasuk dosen pembimbing, keterbatasan dan kekurangan dapat di minimalisir. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr. H. Fauzan, M.pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Marsudi, M.M., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dra. Triningsih Sri Supriyati, M.M., selaku dosen wali kelas Manajemen A 2015 Universitas Muhammadiyah Malang
5. Dr. Fien Zulfikarihaj, M.M., selaku dosen pembimbing satu yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing saya dengan penuh kesabaran dan

memberi arahan serta petunjuk yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.

6. Drs. Dicky Wisnu UR, M.M., selaku pembimbing dua yang telah sabar membimbing saya dan mengarahkan saya sehingga skripsi yang saya tulis dapat terselesaikan dengan sangat baik.
7. Terimakasih kepada seluruh Bapak/Ibu dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini.
8. Terimakasih yang sebesar-besarnya terhadap orang tua saya, Miftakul Huda dan ibunda Umi Klasum, yang telah memberikan saya motivasi dan semangat untuk bisa mengerjakan skripsi ini dengan baik.
9. Terimakasih kepada Priska Oktavianti selaku sahabat yang selalu memberikan dukungan dan selalu memberikan saya motivasi dalam melakukan penulisan skripsi hingga saat ini.
10. Terimakasih kepada Hary Stiawan yang telah membantu saya dan memberikan pelajaran yang berarti dalam pengolahan data yang dibutuhkan didalam penulisan skripsi ini.
11. Terimakasih kepada teman-teman keluarga cemara dan seluruh keluarga Manajemen A yang telah memberikan saya pengalaman terbaik selama perkuliahan hingga saat ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini,

semoga kebbaikannya menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT.

Penulis percaya kebaikan dan pertolongan yang diberikan oleh bapak/ibu/saudara sekalian *insyallah* akan dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang lebih besar dan tentunya jauh lebih baik. penulis berharap semoga hasil tulisan ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan kedepanya

*Wasalamualaikum* Wr. Wb.

Malang, 30 April 2019

Imron Fathul Huda



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan .....	9
D. Manfaat .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Kajian Pustaka .....	11
B. Landasan Teori .....	12
C. Kerangka Pikir .....	22
D. Hipotesis .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Lokasi Penelitian .....	25
B. Jenis Data .....	25
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	25
D. Definisi Operasional Variabel .....	27
E. Teknik Pengumpulan Data .....	27
F. Teknik Pengukuran Data .....	28
G. Deskripsi Variabel .....	28
H. Teknik Pengujian Instrumen .....	30
I. Teknik Analisis Data .....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
A. Karakteristik Responden .....	37
B. Deskripsi Variabel .....	40
C. Hasil Uji Instrumen .....	44
D. Analisis Data .....	46
E. Hasil Uji Hipotesis .....	52
F. Pembahasan Hasil Penelitian .....	56
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
A. Kesimpulan .....	62

B. Keterbatasan.....	63
C. Saran.....	63

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Katagori Sporty Tahun 2017 Fase 2 .....	6
Table 1.2 Keunggulan Sepatu Nike Flyleather .....	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 3.2 Kriteria Interpretasi Angka Indeks .....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku .....	39
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Variabel Green Awareness Product .....	40
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Variabel Brand Image .....	42
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel .....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas One Sampel Kolmogrov-Smirnov Test .....	47
Tabel 4.10 Pengujian Heteroskedastisitas Glesjer .....	48
Tabel 4.11 Pengujian Standar Error Analisis Jalur Model 1.....	49
Tabel 4.12 Pengujian Koefisien Analisis Jalur Model 1 .....	49
Tabel 4.13 Pengujian Standar Error Analisis Jalur Model 2.....	50
Tabel 4.14 Pengujian Koefisien Analisis Jalur Model 2.....	50
Tabel 4.15 Hasil Analisis Uji t (H-1) .....	53
Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji t (H-2) .....	54
Tabel 4.17 Hasil Analissi Uji t (H-3) .....	54
Tabel 4.18 Pengujian Hipotesis Uji Sobel (H-4) .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	22
Gambar 3.1 Model Penelitian .....	33
Gambar 4.1 Diagram Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	51



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden

Lampiran 3 Uji Instrumen

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5 *Path Analysis*

Lampiran 6 Uji Hipotesis



## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwiidjaja, A. J. & Tarigan, Z. J. H. Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora* **5**, 1–9 (2017).
- Anonime. "Mengenal Nike Flyleather : Material Sneakers Terbaru dari Nike. 25 November 2018. <https://snobkultur.com/2017/09/Nike-flyleather-material-sneakers-terbaru-Nike/>
- Anonime. "Nike Flyknit sepatu olahraga ringan dengan benang rajutan". 25 Novemer 2018. <http://www.obengplus.com/articles/781/1/Nike-Flyknit-sepatu-olahraga-ringan-dengan-benang-rajutan.html>
- Anonime. Top Brand Awarard. 23 November 2018. <http://www.topbrand-award.com/>
- Balawera, A. Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado. *Green Consum.* **1**, 2117–2129 (2013).
- D'Souza. (2006). Green Products and Corporate Strategy An Empirical INvestigation. Society and BUsiness Review
- Dwi, Kadek Ayu A.D dan Aksari, Ni Made A. Peran *Brand Image* Dalam Memediasi Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Oriflame*. Vol. 6, No. 11, ISSN : 2302-8912 (2017)
- Evelina, N., Dw, H. & Listyorini, S. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana TelkomFlexi (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *J. Soc. Polit.* 1–11 (2012).
- Ferdinand, A. 2014. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fiani, M. & Edwin, J. Analisa Pengaruh Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep ' S Di Kota Solo. *J. Manaj. Pemasar.* **1**, 1–6 (2012).
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi Kesembilan). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Keller, K.L. (2013). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Pebrianti, W. Analisis Pengaruh Kesadaran Lingkungan dan Harga Premium terhadap Niat Beli Produk Hijau di Pontianak. *J. Ekon. Bisnis dan Kewirausahaan* **3**, 69–84 (2012).
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 4. Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga
- P.musay, F. 2013. Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian* **1**, (2013).
- Romadhoni, Muhammad.2015. Pengaruh Citra Merek (*brand image*) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu NIKE Pada Mahasiswa FIK UNY (2015).
- Romadon, Yusuf dkk. 2014. Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian dan Struktur Keputusan Pembelian (survei pada *Followores Account* Twitter @PertamaxIND Pengguna Bahan Bakar Ramah Lingkungan *Pertamax Series*).Vol. 15 No. 1 Oktober 2014
- Saladin, Djaslim. 2002. *Manajemen Pemasaran*.Bandung: Linda Karya
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Scherhorn, G. (1993). Consumers' Concern About the Environment and Its Impact on Business. *Journal of Consumer Policy*, 16,2
- Schiffman, Leon dan Leslie L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. 2014.*Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suki, N. M. Green awareness effects on consumers' purchasing decision: Some insights from Malaysia. *Int. J. Asia-Pacific Stud.* **9**, 49–63 (2013).
- Latestzapatos. "Sebagian besar produk Nike saat ini terbuat dari limbah daur ulang. 22 November 2018. <http://www.latestzapatos.com>



## PENGARUH GREEN AWARENESS PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

### ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas Negeri Surabaya The  
State University of Surabaya

Student Paper

2%

2

[digilib.esaunggul.ac.id](http://digilib.esaunggul.ac.id)

Internet Source

2%

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

On